



4 Fragen, die jeder CIO potenziellen Analyseanbietern stellen sollte



Zebra
Prescriptive Analytics[™]

Powered by Zebra Savanna[™]



In diesem eBook werden folgende Themen behandelt:

- Vier Fragen, die CIOs potenziellen Analyseanbietern stellen sollten
- Gründe für die große Bedeutung dieser Fragen
- Hinweise darauf, ob ein Anbieter geeignet ist

Einführung

Angesichts des immer größeren Interesses an fortschrittlichen Analyzelösungen (vor allem an solchen mit Funktionen für KI und maschinelles Lernen, wie etwa Prescriptive Analytics) sind auch CIOs zunehmend daran interessiert, den besten Analyseanbieter zu identifizieren. Nach dem Unterschreiben des Vertrags ist es zu spät, festzustellen, dass der Anbieter ungeeignet ist. Hier sind vier Fragen, die jeder CIO potenziellen Analyseanbietern noch vor dem Erwägen eines Vertragsabschlusses stellen sollte:



\$4

DAVID

\$1.25
\$1.47
\$3.47

Vier Fragen, die jeder CIO potenziellen Analyseanbietern stellen sollte

1 Wie lange dauert die Bereitstellung Ihrer Lösung?



2 Was ist NICHT in den vereinbarten Gesamtkosten enthalten?



3 Wie stellt Ihre Lösung Erkenntnisse bereit?



4 Wie viele Benutzer sind zu welchen Kosten möglich?





Previous Close	98.95
Open	0.00
Bid	110.80 x 600
Ask	110.95 x 100
Day's Range	109.16 - 111.19
52 Week Range	89.47 - 118.69
Volume	26,824,387
Avg. Volume	37,738,917
Market Cap	592.05B
Beta	-1.42
PE Ratio (TTM)	13.36
EPS (TTM)	8.31
Earnings Date	Jan 1 2015 - Jan 10, 2015
Dividend Yield	1.28 (2.58%)
Ex-Dividend	N/A
Market P/E	130.96



MARKET SHARE +82.5%

Frage 1



Wie lange dauert die Bereitstellung Ihrer Lösung?

IT-Investitionen, beispielsweise für fortschrittliche Analyse, sind ein riesiger Ausgabeposten. Deshalb müssen Sie sicherstellen, dass Ihre neue Lösung innerhalb von Tagen oder Wochen statt Monaten oder Jahren betriebsbereit ist und sich bezahlt macht. Es ist schon vorgekommen, dass CIOs ihre Glaubwürdigkeit im Unternehmen einbüßten, weil sie sich für Lösungen entschieden hatten, deren Einführung 18 Monate dauerte.

Es klingt wie ein ehrgeiziges Ziel, aber die Bereitstellungsdauer sollte einen Monat nicht überschreiten. Ein Anbieter, der nicht in der Lage ist, eine Bereitstellung in diesem Zeitrahmen zu garantieren, bietet sich aller Wahrscheinlichkeit nach nicht als langfristiger Partner an. Eine minimale Bereitstellungsdauer mindert die Risiken bei der Lösungseinführung und ermöglicht es Ihnen, in kürzester Zeit Mehrwert und Anlagenrendite zu verbessern.

Frage 2



Was ist NICHT in den vereinbarten Gesamtkosten enthalten?

Sie sollten beim Kauf einer Analyselösung ebenso sorgfältig vorgehen wie beim Wechsel des Internetanbieters oder beim Kauf eines neuen Autos. Viele Anbieter präsentieren zunächst ein auf den ersten Blick sehr umfangreiches Paket zu einem erstaunlich günstigen Preis. Dabei vermeiden sie es jedoch tunlichst, auf all die Zusatzgebühren für Leistungen wie Benutzerschulung, Einbindung neuer Datenquellen nach Aktivierung der Lösung, Datenintegration und Beratung hinzuweisen.

Vor allem Beratung, Coaching und Training können nicht unerhebliche Zusatzkosten verursachen, und die Schulung einer Gruppe von neuen Benutzern kann mit bis zu 15.000 Euro zu Buche schlagen. Solche Professional Services werden in der Regel stundenweise abgerechnet und kommen bisweilen auf einen Tagessatz

von 1.900 € pro Person oder mehr. Derartige tägliche Ausgaben klingen zunächst vielleicht nicht allzu hoch. Multipliziert mit allen an dem Projekt beteiligten Beratern summieren sie sich jedoch schnell auf Hunderttausende von Euro.

Ihre Mitarbeiter werden all die oben genannten und weitere Services brauchen, um eine neue Analyselösung optimal nutzen zu können. Der richtige Partner setzt sich voll und ganz für Ihren Erfolg ein und sollte mit allen Mitteln daran arbeiten, einen immer höheren Mehrwert für Sie zu schaffen. Suchen Sie nach Anbietern, die sämtliche Leistungen ohne irgendwelches Kleingedruckte in der Vereinbarung mit Ihnen einschließen, und meiden Sie solche, bei denen nach Vertragsabschluss erhebliche Zusatzkosten für Implementierung, Änderungen, neue Daten-Feeds, Coaching und Training auf Sie zukommen.



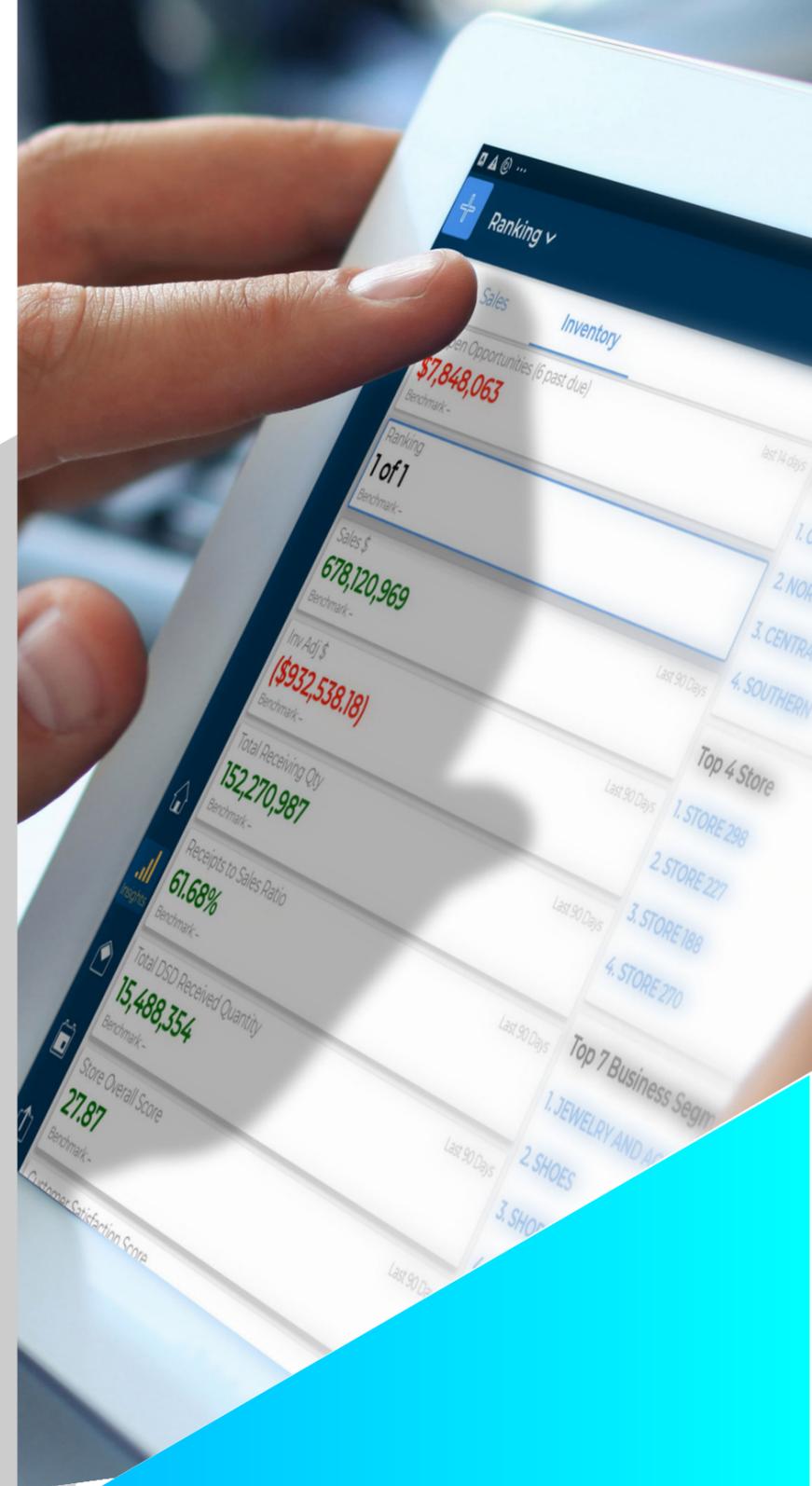
Frage 3



Wie stellt Ihre Lösung Erkenntnisse bereit?

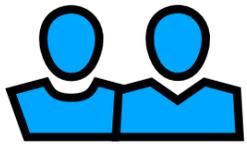
Achten Sie unbedingt darauf, dass die Lösung Ihres Anbieters Sie entlastet und nicht zusätzliche Arbeit schafft. Viele Analyselösungen stellen ihre Ergebnisse in Form von seitenlangen Berichten bereit oder in völlig mit komplizierten Zahlen, Diagrammen und Statistiken überladenen Dashboards. Bis Ihre Mitarbeiter irgendetwas Nützliches in einem Bericht finden, können Tage vergehen, und bis dahin sind die Ergebnisse vielleicht schon wieder veraltet. Jeder Tag, an dem ein Problem unentdeckt bleibt, bringt weitere Verluste mit sich. Darüber hinaus können Berichte allzu leicht dazu führen, dass sich verschiedene Beteiligte gegenseitig die Schuld für Probleme zuweisen wollen.

Fragen Sie den potenziellen Anbieter daher möglichst früh, wie seine Lösung Erkenntnisse bereitstellt. Im Idealfall sollte sie gut verständliche Korrekturmaßnahmen in Echtzeit ausgeben, Rückfragen zulassen und Verantwortlichkeit sicherstellen. Dies ist deutlich weniger zeitaufwendig als das Lesen von Papierberichten, ganz abgesehen von der mühsamen Nachverfolgung über Telefonanrufe und E-Mail. Ihre Mitarbeiter werden den vereinfachten Arbeitsablauf zu schätzen wissen.





Frage 4



Wie viele Benutzer sind zu welchen Kosten möglich?

Je mehr Benutzer bei einer Lösung zulässig sind, desto mehr Nutzen und Anlagenrendite generiert sie. Analyseanbieter, deren Lösung auf kostenpflichtigen Benutzerpaketen basiert, sind nicht die beste Wahl, denn die hohen Kosten können den von diesen neuen Benutzern generierten Mehrwert zunichtemachen.

Dagegen ermöglichen Ihnen Anbieter, die auf ein Modell mit unbegrenzter Benutzeranzahl ohne Zusatzkosten setzen, umfassend von ihrer Lösung zu profitieren, funktionsübergreifende Zusammenarbeit zu fördern und Datensilos zu sprengen. Ebenso wie beim Zinseszins gilt: Je mehr Benutzer von Anfang an enthalten sind, desto besser.



Schlussfolgerung

Die Entscheidung für einen Analyseanbieter kann höchst kompliziert erscheinen, muss es aber nicht sein. Legen Sie Ihre Messlatte hoch, und stellen Sie die richtigen Fragen, dann werden Sie mit einer Lösung belohnt, die Ihre Mitarbeiter zu herausragenden Leistungen befähigt. Wenn ein Anbieter die oben genannten Fragen von sich aus beantwortet, ohne dass Sie sie gestellt haben, ist das ein umso besseres Zeichen – Transparenz ist die Grundlage für eine großartige Zusammenarbeit.



Zebra Prescriptive Analytics™

Powered by Zebra Savanna™